

**Олліно Анастасія,**  
Інститут мистецтв, спеціальність «Дизайн»  
Науковий керівник: **Кротова Тетяна Федорівна,**  
доктор мистецтвознавства,  
професор кафедри дизайну Інституту мистецтв

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ МОТИВІВ У РОЗРОБЦІ РЕКЛАМНОГО СУПРОВОДУ ДО ЕТНОФЕСТИВАЛЮ «ЛЬВІВ СТАРОДАВНІЙ»**

**Анотація.** У статті порушено проблему розробки рекламного супроводження етнофестивалів. Проаналізовано ідеологічні чинники виникнення фестивалю «Львів Стародавній»; прийоми культурної реконструкції, застосовані авторами проекту з метою відтворення атмосфери старовинного міста. Підкреслено вплив заходу на туристичні погляди, звернені до Львова – одного з культурних центрів України. Розглянуто особливості створення рекламного супроводу до фестивалю та використання історико-культурних мотивів в сучасному дизайні.

**Ключові слова:** фестиваль; історико-культурні мотиви; рекламний супровід.

**Актуальність теми.** Організація фестивальних дійств, фольклорних свят має на меті перш за все привернути увагу до цінностей матеріальної та духовної культури народу, викликати інтерес до історії. Вирішуються такі важливі задачі, як збереження та відродження народних традицій, поширення їх в маси; розвиток міжрегіональних зв'язків в народній творчості; збереження та укріплення миру, взаємоповаги в багатонаціональному суспільстві; розвиток інтеграції культури та бізнесу; вирішення екологічних питань. Унікальні тури фестивального туризму, що поєднують традиційний відпочинок з участю в найвидовищніших заходах планети, регіону, країни, поступово набувають дедалі більшої популярності. Для туризму й плекання національної культури особливе значення мають етнофестивалі.

На фестивалі запрошуються представники різних культур та національностей, організатори проводять конференції та круглі столи; глядачі та гості можуть прийняти участь у національних іграх та спортивних забавах, придбати сувеніри, одяг або предмети побуту та народних ремесел. Також проводяться виставки декоративно-прикладного мистецтва, виробів народних промислів, благодійні аукціони, покази мод та інтерпретації історичного костюма в сучасній. Популярними є музичні майданчики, на які запрошують гурти народної пісні, фольк-виконавців та народних артистів.

Реклама і рекламний супровід є необхідним засобом у розповсюдженні інформації щодо фестивалю, тільки її наявність може гарантувати дійсно хороший результат у проведенні фестивалю.

«Львів Стародавній» – міжнародний фестиваль середньовічної культури у Львові, покликаний занурити гостей в атмосферу XIV–XV століть,

епоху розквіту міста. Проведення трьох фестивалів (2009 – 2010 – 2011 рр.) продемонструвало зацікавленість мешканців Львова та гостей історією і традиціями міста, однак для його подальшого розвитку необхідно вдосконалити рекламний супровід та фірмовий стиль фестивалю.

Досвід проведення широкомасштабних заходів в Україні не є значним, а зусилля розробників реклами здебільше спрямовані на розробку рекламних образів для товарів та послуг. Тому виникає потреба у вивченні і вдосконаленні рекламних засобів з метою поширення інформації про фестиваль.

**Мета статті** – висвітлити особливості розробки рекламного супроводу фестивалю «Львів стародавній» з використанням культурно-історичних мотивів. Мета визначає необхідність вирішення таких завдань:

- визначити знакові історико-культурні мотиви, пов'язані з історією середньовічного Львова;
- обґрунтувати графічні засоби виразності, які доцільно застосувати в рекламному супроводженні.

Фестиваль «Львів стародавній» несе рекреаційну, освітню та культурологічну функцію, яка реалізується засобами реконструкції історичних мотивів в архітектурі, побуті, костюмі, ремеслах тощо, використовуючи їх як посил і візитівку заходу [8]. Це відображається на всій візуальній складовій подібних фестивалів і найбільше – на рекламі, яка має чітко, лаконічно та змістовно доносити основну думку чи посил до людини.

Дослідники наводять п'ять підходів до аналізу історико-культурних джерел натхнення, які слугують основою для створення та оформлення рекламної продукції [3]: 1) метод аналізу і відповідності (використання джерела натхнення як основи існування конкретної форми і конструкції); 2) метод трансформації і комбінаторики (як прообраз формоутворення, коли джерело є прообразом форми та її фактурного заповнення); 3) метод створення сучасних аналогів та адаптацій (використання костюмів, образів, творів минулих років як прототипу; джерело припускає форму, конструкцію, фактуру, декор, образ); 4) асоціативний метод (асоціативний імпульс для створення образу, викликаний особливими переживаннями і світовідчуттям). В цьому випадку від джерела методом асоціацій можна запозичити колір, лінії, форму, силует, фактуру, декор; 5) багаторівневе використання джерела – найвищий рівень майстерності дизайнера, оскільки має на меті поєднання попередньо згаданих методів, поєднання декількох джерел у довершену композицію.

Проаналізувавши різні історичні джерела [1; 2; 4], нами визначено знакові історико-культурні мотиви, пов'язані з історією середньовічного Львова. Такими мотивами є фортифікаційні укріплення стародавнього Львова, герб міста Львів.

Основними рекламними носіями реклами цього фестивалю будуть плакат, рекламний буклет, флаєр, вхідний квиток. Доречною також буде розробка сувенірної продукції (брелок, магніт, календар, чашка), адже при проведенні фестивальних заходів конкурсів, подарунки та сувеніри залишать

добре враження та спогади від фестивалю та водночас слугуватимуть подальшою його рекламою.

Для даного фестивалю необхідно вдосконалити логотип, враховуючи місцеві унікальні особливості. Львів – історичне європейське місто, з великою кількістю замків і насиченим минулим. Ідея використання лев'ячої голови, щита та замку, виявилася максимально вдалою, адже кожен елемент по своєму відображає дух середніх віків та перегукується з гербом міста.

Завдяки об'єднанню цих елементів створено версію емблеми фестивалю. Центальною фігурою виступає голова лева (яка поєднується з образом щита, воріт замку, а також центральної вежі). Корона має вигляд верхівки вежі, що гармонійно співвідноситься з обрамленням стін замкового муру, та водночас є символом влади. Для більшої виразності задуму була використана перспектива в зображенні архітектурної складової емблеми. Стіни замку максимально наближені до історичних прототипів, при цьому стилізовані та спрощені.

Кольорове забарвлення несе символічний зміст. Центральний елемент – голова лева – забарвлено у багряно-червоні відтінки, як символ королівської влади. Червоний колір уособлює могутність, прорив, волю до перемоги. Для корони та стін замку обрано відтінки жовто-гарячого кольору, як символ золота та багатства. Жовтий і золотий кольори уособлюють сонце та божественну мудрість. Також жовтий є знаковим в українській символіці – асоціюється зі злаковими культурами (жито, пшениця), і є невід'ємною частиною національного прапора України.

У розробці плакату, флаєру, рекламного буклету фестивалю центральним знаковим образом став Середньовічний Міський арсенал, реконструйований в ілюстрації І. В. Качора, поданий у книзі «Середньовічний Львів. Фортифікації» 2009 року видання [5]. Образ міського арсеналу поданий силуетно, у відтінках насиченого синього на світло-блакитному тлі. Це зображення поєднується із шрифтом «Rubius Regular», який відповідає середньовічній стилістиці.

**Висновки.** Створення рекламного супроводу для фестивалів має важливе значення, адже завдяки вдало поданій рекламі заохочується більша кількість потенційних відвідувачів. Фестиваль «Львів стародавній» набув міжнародного значення і має на меті ознайомлення учасників та гостей заходу з історією середньовічного міста [6; 8]. При створенні рекламного супроводу важливо вивчити специфіку міста і країни, потреби та інтереси аудиторії. Ці дії важливі для того, щоб найвиразніше проінформувати населення, підвищити попит та залучити відвідувачів, партнерів та інвесторів. Розроблений логотип та рекламні носії несуть в собі образи емблеми міста та середньовічних фортифікаційних споруд, поєднують в собі символіку кольору, форму та декор середньовічних архітектурних пам'яток. Вивчення та залучення історико-культурних мотивів слугує способом створення унікального стилю рекламного супроводу.

## ПОСИЛАННЯ

1. Архітектура Львова: Час і стилі. XIII-XXI ст. – Львів: Центр Європи, 2008.
2. Білецький С. Т. Перша історична згадка про місто / Білецький С. Т. // Нариси історії Львова. – Львів, 1956. – С. 18-20.
3. Джерела творчості дизайнера. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studopedia.org/12-46925.html>
4. Качор І. Марево давнього Львова/ Качор І., Качор Л.: Апріорі, 2009. –164 с., 400 іл.
5. Качор І. Середньовічний Львів. Фортифікації/ Качор І., Качор – Л.: Апріорі, 2009 – 64 с., 203 іл.
6. Інтерв'ю-репортаж з учасниками фестивалю «Львів стародавній». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://youtu.be/3KbsIO7Pf1k>
7. Качор І. Львів крізь віки / Качор І., Качор Л. – Л. : Центр Європи, 2004. – 80 с.
8. Львів Стародавній / Офіційна сторінка на фейсбук фестивалю середньовічної культури. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/LvivStarodavnij>
9. Львов. Средневековые оборонные укрепления. [Електронний ресурс] / Украинский историко-фортификационный форум // Режим доступу: <http://relicfinder.info/forum/viewtopic.php?f=3&t=1917>
10. Топорницька М. Я. Територіальна організація етнофестивального туризму Львівської області. – Дисертація на здобуття наук. ст. канд. географічних наук. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.chnu.edu.ua/res/chnu/chnu\\_news/February/dyser\\_Topornytska.pdf](http://www.chnu.edu.ua/res/chnu/chnu_news/February/dyser_Topornytska.pdf)